

Mit der neuen Multi-Channel-Lernplattform youbu.de hat die Bundesfachschule des Parfümerie-Einzelhandels e.V. ihr Aus- und Weiterbildungskonzept ein Stück weit neu erfunden. Elmar Keldenich, Geschäftsführer der Bundesfachschule des Parfümerie-Einzelhandels e.V., erläutert im Gespräch mit PROFILE das Konzept und die ersten Erfahrungen.



Foto: Bundesverband Parfümerien e.V.

Neues Seminarkonzept für die Parfümerie

Herr Keldenich, die Corona-Pandemie hat sich in diesem Jahr in vielen Branchen im Bereich der digitalen Aus- und Fortbildung als Treiber erwiesen. Inwieweit gilt das auch für die Parfümerie?

Elmar Keldenich: Tatsächlich haben wir vor rund einem Jahrzehnt schon einmal einen Anlauf genommen, E-Learning in der Branche zu etablieren. Damals war das Echo eher verhalten. Aber wir sind am Ball geblieben. 2019 haben wir so für ein E-Learning-Kooperationsprojekt in Zusammenarbeit mit dem Parfümhaus Mäurer & Wirtz das Comenius-EduMedia-Siegel 2019 sowie den eLearning AWARD 2019 in der Kategorie Mobile Learning erhalten. Inzwischen ist die Branche generell viel offener für neue Konzepte – und das nicht zuletzt durch Corona. Die Zeit war also reif für unser neues Virtual Learning Center.

Gab es einen konkreten Auslöser für die Entwicklung der eLearning-Plattform?

Elmar Keldenich: Das neue Angebot der Bundesfachschule wurde entwickelt, da wir in Folge der Corona-Pandemie keine stationären Schulungen für Auszubildende mehr durchführen konnten. Wir wollten den jungen Menschen die Gelegenheit geben, auch in der schwierigen Zeit etwas für ihren Beruf und ihre Karriere zu tun, ihre Ausbildung sicher abschließen zu können. So entstand youbu.de. Das Angebot richtet sich aber nicht nur an Auszubildende. Wir werden auch Seminare für das Pro-Level oder das Management-Level auf die Plattform überführen. Mit youbu.de verfolgen wir insgesamt ein neues Seminarkonzept.

Wie sieht der konzeptionelle Ansatz aus?

Elmar Keldenich: Wir bezeichnen youbu.de als virtuelle Lernplattform, da sie

die unterschiedlichen Elemente unseres neuen Seminarkonzeptes verbindet. youbu.de ermöglicht die elektronische Anmeldung und Registrierung von Teilnehmern, den Download von Seminarunterlagen, ist die Schnittstelle für unser Videoportal, den von uns genutzten Kurznachrichtendienst, Kommunikationszentrale für Kommunikation mit Seminarleitern und Referenten und zugleich Testplattform für die Abschluss-tests.

Die neuen Seminare basieren auf einem Multi-Channel-Konzept. Was heißt das konkret?

Neben elektronischen Kanälen, Telefon oder Video kommen in den Seminaren auch traditionelle Medien wie unser Fachbuch zum Einsatz. Wo immer möglich, werden zudem Praxiselemente und Aufgaben genutzt, die vor Ort bearbeitet und gemeinsam besprochen werden können. Zusätzlich zu unseren erfahre-

nen Referenten binden wir zu Fachthemen weitere Experten ein, die per Video zugeschaltet werden.

Wie halten Sie die Seminarteilnehmer vor dem Monitor bei der Stange, gerade die Auszubildenden?

Elmar Keldenich: Die Seminare für Azubis finden ja in Blöcken von je vier Tagen statt. Jeder Seminartag startet mit einer Präsenzphase – mit oder ohne Kamera, das bleibt jedem selbst überlassen. Den ganzen Tag über wechseln sich unterschiedliche Bausteine ab: Mal müssen die Auszubildenden etwas in der Fachliteratur nachschlagen, dann auch kleine Experimente selbst durchführen, etwa zum Verhalten von Emulgatoren. Sie füllen klassische Arbeitsblätter aus, schauen aber zwischendurch auch informative Videos. Last, but not least finden Tests statt – anders als bei reinem Präsenzunterricht nicht zum Abschluss einer Woche, sondern tatsächlich täglich. Wir stellen dabei sicher, dass die Teilnehmer auch wirklich etwas gelernt haben – und es nicht „nur“ nachschlagen.

Wie funktioniert das?

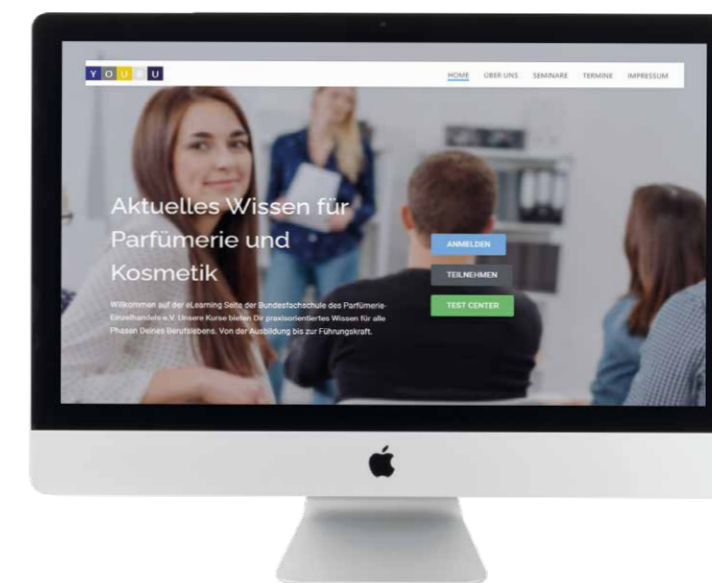
Elmar Keldenich: Ein Test besteht aus 15 bis 18 Fragen. Sobald man ihn am Monitor startet, läuft die Zeit. Würde man nun einzelne Fragen nachschlagen wollen, käme man rein zeitlich nicht dazu, weitere bzw. alle Fragen zu beantworten. Die Note würde sich also nicht verbessern, wenn man „spickt“.

Worauf kommt es für den Lernerfolg denn noch an?

Elmar Keldenich: Ob analog oder digital: Wichtig ist es uns, dass sich Seminarteilnehmer auf ihre Seminare wirklich voll und ganz konzentrieren können. Sie müssen wirklich raus aus dem Unternehmen. Bei Präsenzseminaren ist man ja in der Regel allein durch die Unterbringung fern der Heimat aus dem Tagesgeschäft raus. Das ist auch für Online-Seminare unerlässlich.

Wo liegen denn die besonderen Chancen, wo aber auch die Grenzen der Online-Formate?

Elmar Keldenich: Bei unserem ersten Azubi-Seminar haben wir einen renommierten internationalen Parfümeur für



eine Fragestunde zuschalten können sowie in einem weiteren Baustein mit einer namhaften und ansonsten viel beschäftigten Kosmetikwissenschaftlerin sprechen können. Beide hätten wir nie bekommen, wenn sie mit An- und Abreise vor Ort hätten sein müssen. Insofern können wir unseren Teilnehmern jetzt sehr viel mehr bieten. Außerdem plane ich gerade Angebot, mit denen wir die Teilnehmer bei ihrem individuellen Wissensstand abholen können, also nicht alle das gleiche lernen müssen. Das kann man online natürlich viel besser abbilden. Allerdings kann ich mir bestimmte Inhalte online nicht vorstellen: Wenn es um unsere Weiterbildung für Duftberater bzw. Duftexpertschulungen geht, dann braucht es einfach die Nähe der Teilnehmer zum Referenten und auch untereinander, um gemeinsam zu riechen und gemeinsam nach Worten suchen, die Düfte zu beschreiben...

Und technisch klappt auch alles ...

Elmar Keldenich: Zum einen steht für die Nutzung der eingesetzten Software und Technik im Hintergrund während der gesamten Seminardauer Support bereit. Zum anderen haben wir Wert daraufgelegt, dass alle Elemente der Seite und die verwendete Software mit jedem beliebigen Gerät und Betriebssystem zusammenarbeiten. Das bedeutet von A wie Android Handy, über I wie I-Pad bis W wie Windows PC ist jedes Gerät problemlos nutzbar. Nachdem wir Anfang November den ersten Kurs zum Teil noch auf einem grafisch improvisierten

System durchführen mussten, schaut inzwischen auch alles schön aus. Nicht zuletzt wird das Thema Datenschutz großgeschrieben – sowohl bei der Auswahl der genutzten Software als auch beim Hosting. Datensparsamkeit und die Nutzung DSGVO-konformer deutscher und europäischer Dienste selbstverständlich.

Wie kommt die Plattform in der Branche an?

Elmar Keldenich: Wir sind ja gerade erst gestartet, aber die Resonanz bei den Parfümerien ist sehr gut. Natürlich gibt es immer noch eine Handvoll Parfümerien, die den Präsenzunterricht nach wie vor favorisieren. Dort gilt aber die Devise: „Lieber online als gar nicht.“ Die meisten Unternehmen sind aber wirklich erleichtert, dass sie gerade jetzt und gerade ihren Auszubildenden und Mitarbeitern ein wirklich gutes Rundum-sorglos-Lernangebot machen können.

Wie sieht es denn eigentlich mit den Kosten aus?

Elmar Keldenich: Die technische Lösung ist tatsächlich extrem aufwändig und damit teurer als Präsenzseminare. Die Grundkosten liegen daher leicht über denen traditioneller Angebote. Da Kosten für An- und Abreise und Unterkunft wegfallen, ermöglicht das neue Konzept bei gleicher Qualität unter dem Strich geringere Kosten, weniger Aufwand und mehr Flexibilität für Unternehmen und Teilnehmer.

Das Gespräch führte Silke Bruns.